Попов С.В.

КОРПОРАТИВНЫЙ ФОРСАЙТ И КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА

В Докладе Общественной палаты Российской Федерации по промышленной политике и инновациям за 2007 год[1] отмечается, что в развитых странах одним из наиболее эффективных инструментов определения стратегических перспектив инновационного развития, выявления технологических прорывов, способных оказать максимально позитивное воздействие на экономику и общество в долгосрочной перспективе, является методология форсайта (в переводе с английского 'Foresight' — «предвидение»), которая активно применяется на всех уровнях — от корпоративного до национального. При этом целью национальных программ форсайта обычно является описание вероятных тенденций социально-экономического и технологического развития на долгосрочную перспективу и достижение консенсуса между государством, бизнесом и обществом по стратегическим направлениям национального развития, обеспечивающим повышение конкурентоспособности страны и решение наиболее важных социально-экономических проблем.

Отраслевые и корпоративные форсайт-проекты нацелены на выбор технологических приоритетов, определение основных факторов, способных повлиять на изменение рынков, оценку потенциальных продуктов, которые могут быть востребованы на этих рынках, выявление технологического потенциала отраслей и корпораций, выбор мер, необходимых для развития существующих и достижения новых конкурентных преимуществ. Подобные проекты в разные годы реализовывались во многих странах и таких компаниях, как Daimler-Chrysler, Shell, Motorola, Siemens, Ericsson и др.

Как свидетельствует мировая практика, к форсайту обращаются, как правило, в тех случаях, когда нужно принимать политические решения в выборе стратегических альтернатив развития страны, региона, отрасли или компании с учетом имеющихся возможностей и ограничений.

Форсайт исходит из того, что существует множество вариантов возможного будущего, и то будущее, которое действительно наступит, во многом зависит от действий, предпринимаемых сегодня. Поэтому в рамках форсайт-проектов большое внимание уделяется не только получению различных прогнозных материалов, но и достижению консенсуса в обществе по важнейшим стратегическим направлениям развития между всеми основными «игроками» путем организации систематического диалога в той или иной форме.

---

[1] Доклад Общественной палаты Российской Федерации по промышленной политике и инновациям за 2007 год // http://www.rspp.ru/Attachment.aspx?Id=2925.

Как утверждается в докладе представителя компании Daimler-Chrysler на семинаре «Национальный и корпоративный Форсайт» (Москва, 17—18 ноября 2003 г.)[1], корпоративный форсайт отличается от более узкого направления технологического прогнозирования проведением дополнительного анализа политических, экономических и социальных факторов и изучения их взаимовлияния. В терминах корпоративного форсайта, главным шагом подготовки сценария будущего развития является изучение взаимодействия между социальным и технологическим развитием. Для этих целей проводится тщательное изучение социальных тенденций и изменений поведения клиентов в зависимости от проникновения новых технологий на рынок. Таким образом, в рамках форсайта технологическое прогнозирование всегда связано с широким анализом развития социальной и экономической среды.

Процесс подготовки сценария будущего развития организуется как структурированный и целенаправленный процесс взаимодействия между экспертами из разных дисциплинарных школ и выполняющих разные корпоративные функции.

Автор доклада приводит ряд примеров недооценки базисных факторов, определяющих развитие будущего на ранних этапах прогнозирования. Альберт Эйнштейн, например, сказал в начале 30-х годов прошлого века: «Не существует даже малейших признаков того, что мы когда-нибудь будем использовать ядерную энергию». Другой пример — из недавнего прошлого (1977 г.). Один из известных представителей компьютерного бизнеса, Кен Олсен, сказал: «Я не вижу каких-либо объяснений, для чего отдельные индивидуумы должны иметь свои собственные компьютеры». Существует множество похожих примеров, показывающих, что выдающиеся эксперты в соответствующих областях деятельности были явно не способны предвидеть неожиданные последствия своей собственной исследовательской или деловой активности.

Как было сказано выше, одним из способов преодоления субъективности оценок «узких специалистов» является включение в процесс подготовки сценариев будущего развития экспертов из разных дисциплинарных школ, выполняющих разные корпоративные функции.

К сожалению, в работах, отражающих процесс подготовки корпоративных форсайтов, мало внимания уделяется вопросам информационного обеспечения проведения экспертных оценок. Речь идет не об автоматизации процедур проведения экспертизы, а о необходимости постоянного мониторинга внешних информационных потоков с целью предоставления экспертам новой и порой весьма неожиданной для них информации.

В связи с этим следует отметить, что среди методов форсайта, таких как метод Дельфи, построение сценариев развития, создание технологи-

---

[1] *Ruff F.* Corporate foresight and company future strategies — Доклад на семинаре «Национальный и корпоративный форсайт» (Москва, 17—18 ноября 2003 г) // http://unido.ru/rus/foresight.html.

ческих «дорожных карт», построение деревьев целей, морфологический анализ, SWOT-анализ, метод «мозгового штурма», к анализу внешней информации непосредственное отношение имеет так называемое «сканирование внешней среды».

Термин «сканирование внешней среды» был предложен в 1967 году Фрэнсисом Агиларом[1]. Сканирование и мониторинг внешней информации — это этап в исследовании перспектив развития, который предшествует другим исследованиям будущего, а следовательно, предшествует использованию других методов форсайта.

Традиционная информационная поддержка эффективных решений включает как минимум следующие шаги:

1) выделение областей, изменение в которых может привести к переоценке альтернатив возможных действий;

2) формулирование четких вопросов, позволяющих постоянно (лучше с помощью современных информационных систем) получать релевантные ответы о состоянии выделенных областей;

3) прогнозирование вероятных изменений состояния выделенных областей на основе полученной информации.

До недавнего времени эта последовательность действий казалась вполне эффективной, а прогнозирование основывалось на так называемой экстраполяции тенденций, когда при помощи построения временных рядов неких количественных характеристик, определенных на основе релевантных ответов систем, вычислялись прогнозные значения этих характеристик. На основе значений прогнозных характеристик можно было судить о возможных изменениях в состоянии интересующей нас области. Ученые развивали все более изощренные методы математической статистики, вычисляли возможные ошибки прогнозов, задавали доверительные интервалы, разрабатывали новые меры корреляции, одним словом — вовсю использовали математический аппарат, возникший в недрах экспериментальной физики, в частности теории эксперимента, забывая о том, что имеют дело с «живой жизнью», а не со стабильной системой.

Действительно, последние десятилетия «живая жизнь» стала развиваться столь стремительно, что у многих возникло предположение, что делать математические прогнозы не имеет смысла, если не знать о возникновении или перестройке некой области, кардинально меняющей возможный набор альтернативных действий и их оценку.

Таким образом, процесс сканирования в большей степени относится к сбору информации и выявлению новых возникающих, зарождающихся проблем и возможностей, к выявлению так называемого раннего сигнала. Этот процесс задает определенные требования к техническим средствам, к источникам информации и к профессиональному уровню тех, кто выполняет эту работу. Одна и та же информация, полученная в

---

[1] *Aguilar F. J.* Scanning the Business Environment. Macmillan Co, 1967.

результате сканирования, может быть использована для различных целей, может быть проанализирована различными методами.

Необходимость сканирования среды определяется теми же факторами, что и большинство других методов форсайта, а именно тем, что мир и внешние условия, в которых существуют общества, организации и отдельные индивидуумы, становятся все более нестабильными и неопределенными. Изменения происходят очень быстро и могут оказаться неожиданными, если не был предусмотрен систематизированный процесс сканирования возникающих изменений.

Следует отметить, что сканирование и мониторинг хоть и вошли в практику прогнозирования и форсайта достаточно давно, однако в настоящее время переживают новый виток развития. Возрастает значимость этого блока исследований, обусловленная возрастанием сложности социальных и экономических систем и ускорением ритма эволюции.

Одним из эффективных средств организации такого мониторинга является так называемая конкурентная разведка.

На наш взгляд, методики «сканирования внешней среды» и методы конкурентной разведки являются взаимодополняющими средствами эффективного стратегического планирования развития компаний.

Как правило, выделяются следующие основные задачи конкурентной разведки (competitive intelligence):

- Предвидение и предупреждение действий конкурентов.
- Выявление новых или потенциальных конкурентов.
- Изучение успехов и неудач конкурентов.
- Поиск и изучение фирм, которые компания намерена купить.
- Изучение новых технологий, продукции и процессов.
- Предвидение изменений и перспектив на рынке.
- Мониторинг изменений в политической, законодательной и регулирующей областях, влияющих на бизнес.

Перечисленные задачи тесно переплетаются с задачами, возникающими при разработке корпоративных форсайтов.

Конкурентная разведка (КР) — это специализированный вид информационно-аналитической деятельности, в рамках которой сбор информации производится законными и этическими методами. В связи с этим возникают два главных вопроса: где и как получать информацию для анализа и какими автоматизированными средствами при этом пользоваться.

Решение задач конкурентной разведки невозможно без обработки большого количества разнородной и разноаспектной информации с целью определения наиболее полного набора возможных альтернатив действий и прогнозирования последствий этих действий.

Основными средствами обработки информации в настоящее время являются системы управления базами данных (СУБД) и информационно-поисковые системы (ИПС). К сожалению, можно констатировать, что на данный момент ни СУБД, ни ИПС не в состоянии полностью соот-

ветствовать эффективному решению задач КР и «сканирования вешней среды».

На наш взгляд, только совместное использование СУБД и ИПС может привести к созданию эффективной системы информационной поддержки принятия решений экспертами.

К сожалению, тенденции развития этих двух направлений указывают не на поиски принципов их взаимного использования, а на возрастающую конкуренцию между ними, с попытками «объять необъятное».

С одной стороны, создание промышленных СУБД (Oracle, Sybase ASE, Informix, DB/2, MS SQL Server) устранило многие недостатки настольных СУБД и позволило говорить об информационной поддержке принятия решений на основе технологий OLAP (On-Line Analytical Processing) и Data Mining, при этом оставив в стороне вопрос о постоянном мониторинге мировых потоков информации, содержащих сведения, способные не только уточнить, но и кардинально изменить принимаемые решения.

С другой стороны, традиционные документальные ИПС, получившие второе рождение благодаря использованию в качестве «поисковых машин» для глобальных компьютерных сетей, утеряли при этом ряд важнейших свойств, необходимых для информационной поддержки принятия решений. Как пишет руководитель разработки системы Яндекс И. Сегалович: «Мечты 60-х — 80-х об итеративном уточнении запросов, о понимании естественного языка, о поиске по смыслу, о генерации связного ответа на вопрос с трудом выдерживают сейчас испытание реальностью»[1].

Принятие эффективных решений зависит как от накопленного опыта, так и от постоянного анализа информации об изменениях внешней среды.

Накопленный опыт — хорошо структурированная, весьма специализированная, осмысленная экспертом информация, эффективно манипулировать которой позволяют современные СУБД.

Постоянный анализ информации об изменениях внешней среды гораздо более сложная задача. При ее решении возникают многочисленные трудности, связанные с парадоксом, сформулированным еще Платоном: «Если ты знаешь то, что хочешь найти, то зачем тебе это искать, а если не знаешь, то как ты это найдешь».

Для того чтобы определить скрытые факторы, способные изменить точку зрения эксперта на исследуемую проблему, необходимо не просто искать документы, релевантные теме запроса, но постоянно использовать найденные документы для отбора новой лексики, позволяющей кардинально изменить сам первоначальный запрос.

Можно сказать, что современные общедоступные поисковые машины, работающие в глобальной сети, лишь частично способствуют ре-

---

[1] *Сегалович И. В.* Как работают поисковые системы // Мир Internet. 2002. № 10. С. 24—32.

шению задач КР, а следовательно, они не могут существенно улучшить информационное обеспечение экспертов при разработке корпоративных форсайтов.

В связи с этим на отечественном рынке появились специализированные информационные системы для проведения КР и «сканирования внешней среды». Представляется рациональным использование таких систем для информационного обеспечения экспертов, участвующих в разработке корпоративных форсайтов.

Ниже приводится список некоторых специализированных систем для проведения КР:

1.1. Комплекс программного обеспечения «Интернет-монитор».

1.2. Информационно-программный комплекс «Мониторинг» — решение для ситуационно-кризисных центров.

1.3. Информационно-программный комплекс «Тренд» — инструментарий аналитика
(компания-разработчик «Вербин и партнеры»).

2. Информационно-аналитическая система «Семантический архив»
(компания-разработчик «Аналитические бизнес решения»).

3. Программный комплекс Intellectum.BIS
(компания-разработчик «Информбюро»).

4. Информационно-мониторинговая система Web-Observer
(компания-разработчик «Finport technologies»).

5. Информационно-аналитическая система Астарта
(компания-разработчик «Cognitive technologies»).

6. Информационно-аналитическая система Internet Analyst
(компания-разработчик «Iqmen»).

7. Программный комплекс RCO КАОТ.

8. RCO Fact Extractor
(компания-разработчик «Гарант-парк-интернет»).

9. Информационно-аналитический комплекс X-Files
(компания-разработчик «Белый ветер»).

10. Галактика Zoom
(компания-разработчик «Галактика софт»).

11. Аналитическая система КРИТ (Коллектор рассеянной информации в текстах)
(компания-разработчик «Smartware»).